



So werden Kunde und Handwerker zu Siegern

Reklamationen als Chance

Wenn der Kunde reklamiert, ist er oft wütend und will den Schaden oder das Problem schnell behoben haben. Häufig übertreibt der Kunde, um seinen Ärger abzureagieren, oder seiner Forderung Nachdruck zu verleihen. Wie kann sich ein Fachhandwerker hier so verhalten, daß aus der Problemsituation zwei Gewinner und nicht zwei Verlierer hervorgehen?

Reklamationen sollten im Idealfall immer zweifach gelöst werden: menschlich/emotional (Behebung des Ärgers) und sachlich (Behebung des Problems). Damit Ihnen das gelingt, sind einige Spielregeln bei der Reklamationsbearbeitung wichtig:

Ruhig bleiben

Lassen Sie sich nicht auf die Sprach- und Gefühlsebene des reklamierenden Kunden ein. Die Gefahr ist groß, ebenso heftig zu reagieren, weil man sich angegriffen fühlt. Und mit nichts können Sie dem aufgebrachtten Kunden eine größere Freude machen, als wenn Sie zurückschießen. Er wartet ja gerade darauf. Wenn Sie ruhig und gelassen bleiben, strahlt diese Ruhe auch auf Ihren Gesprächspartner aus. Konzentrieren Sie sich immer auf den Inhalt des Problems, nie auf die Art, wie der eroberte Kunde seinem Ärger Luft macht.

Ausreden lassen

Nichts bringt einen verärgerten Kunden so schnell wieder auf die Palme,

als wenn Sie ihn in seinen Ausführungen unterbrechen. Er fühlt sich erst recht mißverstanden und nicht ernstgenommen. Einen verärgerten Kunden zu unterbrechen heißt, ihn eines Besseren belehren zu wollen. Das wäre das Schlimmste, was Sie ihm in dieser Situation antun könnten. Nur wenn der Kunde ausredet, kann er richtig Dampf ablassen und seine erste Wut wird dann vorbei sein. Machen Sie es sich nicht unnötig schwer, indem Sie seine Behauptungen zerstreuen wollen. Je länger der enttäuschte Kunde erzählen kann, desto schneller wird der Ärger verfliegen. Sie kennen das von sich selbst.

Zuhören

Nur wenn Sie dem aufgebrachtten Kunden zuhören, werden Sie seine Reklamation auch richtig behandeln können. Schließlich ist irgend etwas schiefgegangen, wofür Sie in diesem Moment geradestehen müssen. Holen Sie sich also die nötigen Informationen über das Problem, indem Sie aufmerksam zuhören.

Problem abschwächen

Nichts hilft einem wütenden Menschen mehr, als Zuspruch und Mitgefühl. Sie als Ansprechpartner sind dem Kunden im Moment der Reklamationsannahme sowieso grundsätzliches Entgegenkommen schuldig. Jetzt ist es wichtig, daß Sie dies mit einigen wenigen Worten zum Ausdruck bringen:

– *Ich kann mir vorstellen, daß Sie sich ärgern.*

– *Entschuldigung, daß da etwas schiefgelaufen ist.*

– *Ich wäre an Ihrer Stelle auch ärgerlich.*

– *Ich kann Sie gut verstehen*

Sachlich antworten

Haben Sie die ersten Schritte bereits erfolgreich bewältigt, werden Sie sehen: der Kunde wird zunehmend ru-

higer und gerät langsam wieder auf die sachliche Ebene. Nur wenn beide Seiten bereit sind, über die Klärung eines Problems vernünftig zu reden, kann das Gespräch erfolgreich verlaufen. Am Telefon können Sie während das Gesprächs auch immer wieder „hm“ oder „ja“ einflechten. Dies zeigt dem Gesprächspartner, daß Sie zwar ruhig, aber bei der Sache sind.

Keine Schuldzuweisungen

Treffen Sie auf keinen Fall Schuldzuweisungen. Es spielt in diesem Moment noch keine Rolle, wer an dem Ärger schuld ist. Das heißt auch, keine Mitarbeiter, Kollegen, oder Lieferanten „in die Pfanne zu hauen“. Dies würde in jedem Fall Ihre Firma treffen. Wer Kollegen disqualifiziert, disqualifiziert sich selbst. Für den Kunden zählt im Moment nur eines: daß ihm jetzt geholfen wird.

Situation konkret aufnehmen

Notieren Sie sich die wichtigsten Daten. Das gilt besonders für Monteure, wenn sie direkt vom Kunden angesprochen werden. Es zeigt eine besondere Wertschätzung des Problems. Wenn Sie die Reklamation konkret verstanden haben, wiederholen Sie das Problem noch einmal kurz:

– *Also Herr Müller, Sie wollten eine 40-Watt-Leuchte und keine mit 100-Watt, ist das richtig?*

– *Ja Herr Müller. Der Spülkasten läuft trotz Reparatur von letzter Woche immer noch durch?*

Lösung anbieten

Sehen Sie eine Reklamation positiv. Immerhin ist der Kunde gesprächsbereit und sucht – wenn auch versteckt – Ihre konkrete Hilfe. Bieten Sie eine konkrete Lösung an. Das erste sollte immer sein, daß Sie selbst sich zum „Paten“ für diese Reklamation erklären:

– *Herr Müller, ich nehme mich der Sache selbst an . . .*

Buchtip:

Kursbuch Service

Im März 2002 ist das „Kursbuch Monteur – Auftritt statt Abgang“ für die Mitarbeiter im Kundenkontakt erschienen, das von Ottmar Kuball und Werner Heimbach, Geschäftsführer von HaZweiOh, verfaßt wurde. Aufgrund des großen Erfolges wird aktuell die 4. Auflage 2003 unter dem neuen Titel „Kursbuch Service“ ausgeliefert. Der Inhalt wurde – im Vergleich zum „Kursbuch Monteur“ – nur leicht überarbeitet. Das Buch zeigt anhand vieler Praxisbeispiele erfolgreiche Ideen und Möglichkeiten auf, wie sich Kunden begeistern lassen. Vor allem können auch die Monteure anhand einer Selbstbewertung ihre Chancen erkennen, zu einem entscheidenden Erfolgsfaktor im Unternehmen zu werden. Das Buch (Format DIN A5, fester Einband) umfaßt ca. 150 Seiten und richtet sich sowohl an die Chefs als auch an die (künftigen) verkaufsaktiven Monteure. Es ist als persönliches Arbeitsbuch aufgebaut und bietet die Möglichkeit, Notizen zur Selbsteinschätzung zu machen. Aus diesem Grund ist es empfehlenswert, jedem Monteur/Mitarbeiter ein eigenes Exemplar zur Verfügung zu stellen. Erhältlich ist das „Kursbuch Service“ zum Preis von 18,88 Euro (zzgl. 7 % MwSt., zzgl. 4,64 Euro Versand/Verpackung) je Einzelexemplar. Mengenbonus je Bestellung: 5 % ab 3 St., 10% ab 5 St., 20 % ab 10 St., 30 % ab 20 St. Lieferung frei Haus ab Netto-Bestellwert 60 Euro.

Bestelladresse:

Gentner Verlag

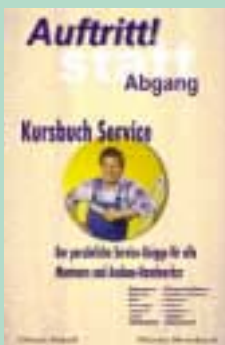
Postfach 10 17 42

70015 Stuttgart

Telefon (07 11) 63 67 28 57

Telefax (07 11) 63 67 27 35

E-Mail: peters@gentnerverlag.de



– Frau Meier, Ich werde mich direkt darum kümmern . . .

– Herr Franz, ich gebe das gleich meinem Chef, der ruft heute noch bei Ihnen zurück.

Im zweiten Schritt sollten Sie möglichst immer eine konkrete Lösung – soweit möglich – vereinbaren:

– Sind Sie einverstanden, wenn ich die Dichtung noch einmal erneuere? Wenn es dann noch immer nicht gehen sollte, dann rufen Sie mich bitte direkt an.

– Ich schlage vor, Sie erhalten einen neuen Spülkasten, den wir kostenlos einbauen . . .

Es gibt auch Sonderfälle, in denen es besser sein kann, daß der Kunden die Lösung selbst vorschlägt:

– Was haben Sie sich denn als Lösung vorgestellt?

– An wieviel Nachlaß haben Sie denn gedacht?

– Bis wann möchten Sie denn den neuen Spülkasten montiert haben?

Erledigung kontrollieren

Bei größeren Problemfällen, oder besonders verärgerten Kunden, bei denen Sie nur die Reklamation angenommen haben, aber nicht selbst behoben haben, ist es sinnvoll als „Pate“ nach Reklamationserledigung nochmals nachzufragen, ob jetzt alles in Ordnung ist und ob die Reklamation wunschgemäß behoben wurde.

Bedanken

Bedanken Sie sich abschließend bei Ihrem Kunden für das Verständnis und die Bereitschaft, das Problem so einfach beheben zu lassen. Wenn es ein besonders schwerer Fall war, vielleicht sogar mit einem kleinen Geschenk. Als besondere Danksagung können Sie auch eine Kleinigkeit mehr machen als vereinbart:

„Frau Meier, ich habe Ihnen an der Waschtischarmatur gleich ein neues Perlator-Sieb eingesetzt. Das ist mein Geschenk an Sie für Ihr Verständnis . . .“

Eine Auseinandersetzung mit einem Kunden können Sie nie gewinnen. Gewinner ist immer der Kunde, wenn sein menschliches Problem behoben wird und die Reklamation erledigt ist. Erst dann können Sie als „zweiter Sieger“ gelten, weil es Ihnen wieder einmal gelungen ist, aus einer Reklamation einen begeisterten Kunden zu machen. Viel Erfolg!